

Генезис и обреченность дигитальных книг

Tsvetkova, Milena

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Tsvetkova, M. (2016). Генезис и обреченность дигитальных книг. *European Researcher: Series A*, 109(8), 468-477.
<https://doi.org/10.13187/er.2016.109.468>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Basic Digital Peer Publishing-Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den DiPP-Lizenzen finden Sie hier:
<http://www.dipp.nrw.de/lizenzen/dppl/service/dppl/>

Terms of use:

This document is made available under a Basic Digital Peer Publishing Licence. For more Information see:
<http://www.dipp.nrw.de/lizenzen/dppl/service/dppl/>

Copyright © 2016 by Academic Publishing House *Researcher*



Published in the Russian Federation
European Researcher
Has been issued since 2010.
ISSN 2219-8229
E-ISSN 2224-0136
Vol. 109, Is. 8, pp. 468-477, 2016

DOI: 10.13187/er.2016.109.468
www.erjournal.ru



UDC 002.2:004

Genesis and Foredoom of Digital Books

Milena I. Tsvetkova

Sofia University „St. Kliment Ohridski“, Bulgaria
1000 Sofia, 49 Moskovska Str.
PhD in Sociology, associate professor
E-mail: milenaic@uni-sofia.bg

Abstract

This research defends the thesis that digital books reduce the characteristics of the communication medium “book” and are transforming into “non-books”. Two aspects are traced: the foredoom to failure of the commercial (paid) digital book and the end of the digital book in the “book” category. Symptoms for the failure of the commercial digital book are the drop of growth in the market of e-books, the transformation of the book from goods into service, being free of charge, parental and teacher’s resistance. Key factors in this resistance are compromising knowledge and teaching and violating readers’ rights. The reason for the failure of the digital book in the “book” category is determined – the factor of manipulating the content as well as the formats. The conclusion is that investment policies should be directed at publishing of printed books, the designed innovations should be orientated towards the physical issue and to be introduces in the paper and the printing.

Keywords: digital book, ebook, book publishing, e-publishing, future of books.

Введение

Дамоклов меч висит и может обрушиться на дигитальную книгу. Этой метафорой мы хотели бы подготовить рецептивную атмосферу понимания тезиса настоящего изложения, а именно – дигитальная книга совсем не является эманацией дигитальных произведений, она не есть благонадежная и „бессмертная“. За последние 4-5 лет возникло поле негативных обстоятельств, дающих сигнал необходимой проверки гипотезы о конце дигитальной книги как книги – сигнал разпада категории „книги“ и ее движения к „не-книге“. Ключевым двигателем этой тенденции являются технологические инновации в модусе „подрывных технологий“, если последние мы отнесем к амбициям дигитальной книги быть более успешным носителем знания, чем физическая книга.

Определение „дигитальной книги“ будем понимать как любой цифровой формат письменного произведения, предназначенный к чтению на дисплее всех стационарных и мобильных устройств. Мы избегаем употребления термина „электронной книги“ (e-book) по двум причинам. Во-первых, из-за набирающего скорость в повседневности дублирования наименования технического устройства „чтца электронных книг“. И во-вторых, потому что применять определение „дигитальной“ к цифровизированным книгам по аналогии с

другими объектами терминологической семьи – „дигитальной медики“, „дигитальной грамотности“, „дигитальной революции“, „дигитальной эры“ и пр. – более корректно.

Препятствием возможности найти решения в этом исследовании был вопрос – почему массовый взгляд является вполне противоположным, считая, что невозможно прийти к концу дигитальной книги. Масса людей может быть имеет основание надеяться, что дигитальные книги ожидают светлое будущее, поскольку они на пути достижения мечты читателей – иметь удобство, переносимость, бесплатность, выбор, неиссякаемость, мультимедийность. Мы считаем, что другая помеха объективного оценивания проявляется в отсутствии общепринятой научной дефиниции дигитальной книги (ebook). В качестве успешной попытки сформулировать правовую дефиницию можно иметь ввиду данную британским Digital Economy Act 2010 дефиницию: произведение электронной формы, отличающееся от аудиокниги, содержащее в себе преимущественным образом (или комбинацию) письменное или высказанное слово или статические изображения. Но традиционалам трудно согласиться, что в „книге“ речь может иметь место.

1. Гипотеза исследования. Сейчас мы рассмотрим логические основания гипотезы о конце дигитальной книги:

⇒ Конец дигитальной книги совершенно формально наличен, поскольку исходя из генеалогической логики, эта книга имеет и свое начало. В 1971 году Майкл С. Харт дает старт своему проекту „Гутенберг“ и дигитализирует „Декларацию независимости“ США, чем и создает первую е-книгу в мире.

⇒ Конец дигитальной книги может случиться, поскольку она есть всего лишь эволюционная фаза общенаучной категории „книги“ – тем же самым образом, каким пришел и конец глиняной книги, папирусной книги, каким же приходит и конец Брайлевой книги (рис. 1).

⇒ Конец дигитальной книги можно принять по аналогии с концом не меньшего к сегодняшнему дню числа „мертвых“ языков, взятых в их аутентичном звучании – как санскрит, шумерский, аккадский (ассиро-вавилонский), древнеегипетский, арамейский (язык Иисуса).

⇒ Конец дигитальной книги может иметь место и по аналогии с концом азбуки Морзе и других „мертвых“ технологий – телетекста, аудиокассет, массового Walkman, цифровых фотоаппаратов для моментальных фотографий Polaroid, пейджера. Как задается и конец жестких дисков. Как прогнозируют и конец чтеца е-книги.

⇒ Конец дигитальной книги – это ее „разыгрывание“, т.е. ее превращение в игру. Электронные чтцы и планшеты уже размывают границу между игрой и чтением, между игрой и учением, между игрой и экзаменированием.

⇒ Конец дигитальной книги можно увидеть в ее открытости к изменчивому содержанию, т.е. она превращает себя в оперативный канал для текущего, непостоянного цифрового содержания.

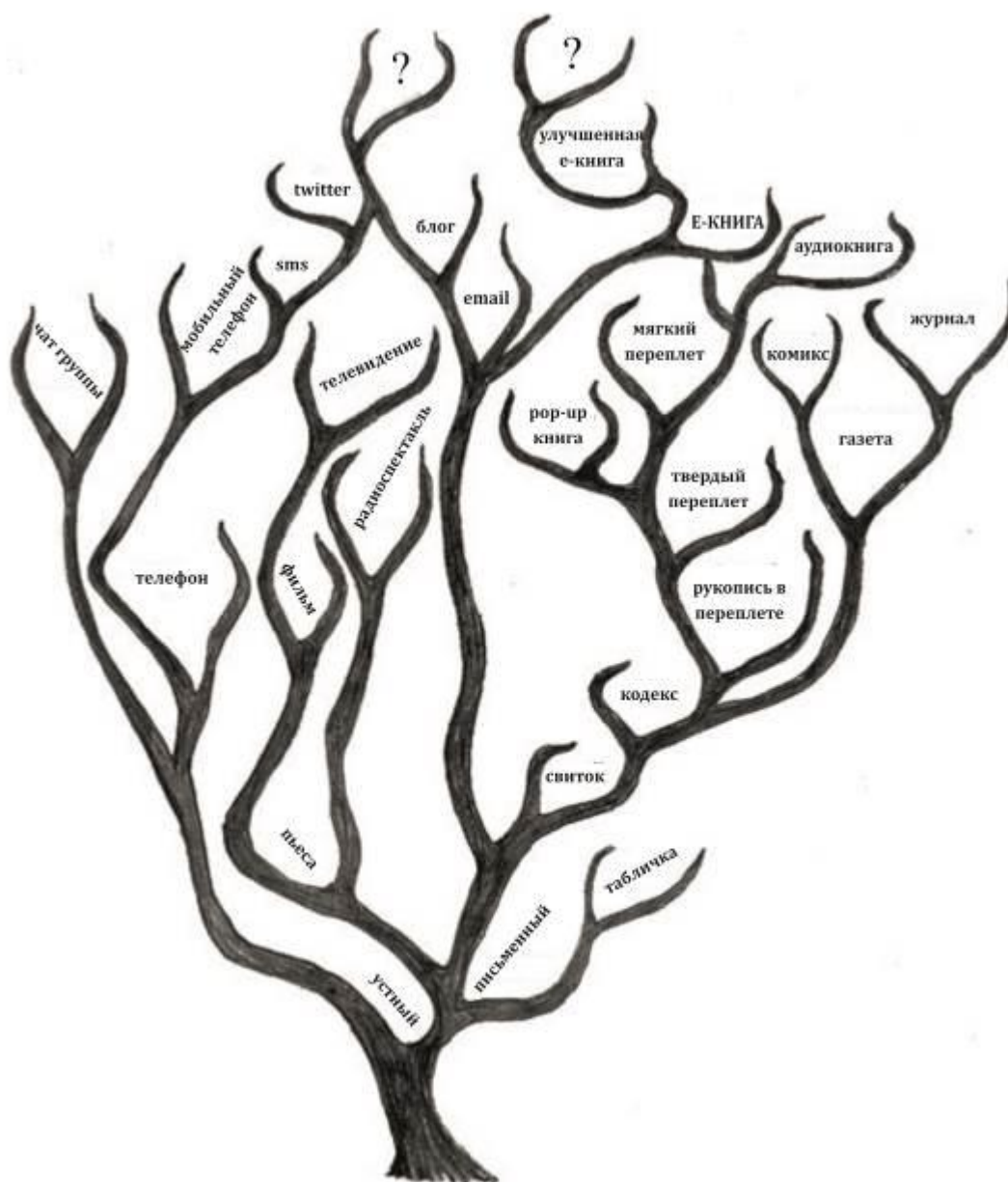


Рис. 1. Место цифровой книги в генеалогии категории „книги“ [8]

⇒ Конец цифровой книги приходит вместе с ее выравниванием с электронной медией, т.е. с ее превращением в эквивалент телевидения и радио, и более специально – в „нелинейную медийную услугу по заказу“ (согласно чл. 3 Закона о радио и телепередачах Р. Болгарии).

⇒ Конец цифровой книги приходит как конец элитного издателя е-книги – по аналогии с концом прославленной фирмы для производства часов „Омега“, который наступил после измены ремеслу и после начала производства электронных часов.

⇒ Гипотеза о конце цифровой книги, на которой мы останавливаемся, имеет свои два аспекта: 1) конец коммерческой цифровой книги и 2) конец цифровой книги как категории „книги“.

2. Симптомы и причины конца коммерческой цифровой книги. Преход стадия „print-capitalism“ (где „печать слов“ оказалась коммерческим средством обогащения) к стадии бесплатности („freeseconomic“) осуществляется множющимися сегодня моделями добровольного, необязательного оплачивания. Опции читателей в интернете –

„оплачивайте, сколько хотите“, „попробуйте до покупки“ и пр. говорят о симптомах конца коммерческой цифровой книги.

2.1. Себестоимость цифровой книги. С позиции активного и независимого болгарского издателя финансово-обоснованное производство цифровой книги без печатной версии – немыслимо. Инвестировать в цифровую книгу равно инвестированию в печатную, но без расходов на бумагу и печать. Производя самостоятельную цифровую книгу (цены около 6 лв.), издатель терпит убытки по двум причинам: (а) доля прибыли продажи цифровой книги, относимая к издателю, выходит всего на всего на 30 %, что не окупает инвестицию и (б) потому что за год продают не больше 6 экземпляров.

2.2. Налог на продажи мобильных устройств коммуникации – смартфонов, планшетов, чтцов е-книги (это намерения правительства Франции 2013 г.), тоже сказывается на причине конца платной цифровой книги.

2.3. Внезапное снижение прироста рыночной цифровой книги в периоде 2012-2013 г. есть симптом конца платной цифровой книги. Группа итальянских специалистов рыночных ebooks и агенция рыночной информации AT Kearney объявили статистические данные о США (2011-2012) на конференции „If Book then“ (The future of publishing) в Милано 19 марта 2013 г. от имени Bookrepublic.it. Их исследование очевидным образом показывает совершенно новую динамику роста цифровой книги на рынке США. В отличии от недавнего прошлого, в период 2011–2012 г. прирост уменьшается и достигает всего лишь 32 % (а в Европе прирост достигает невероятных 200 %). Это значит, что если мы идем вслед за страной, которая задала большие надежды на прибыль от цифровых книг, то мы должны иметь ввиду сопровождающие их стихание энтузиазма и успокоение прогноз [5]. Вероятно интерес к стандартным цифровым книгам достиг уже своего критического порога.

2.4. Нестабильная цена цифровой книги есть также и симптом конца платной цифровой книги. Еще в 2013 г. рекордное снижение средней стоимости заголовков из списка цифровых бестселлеров стало популярным рефреном. Динамический рынок цифровых книг в США свидетельствует об этих изменениях. Первое рекордное снижение средней стоимости цифровых книг отметили в апреле 2013 г. – \$8,00 в начале месяца и \$6,58 в конце месяца. Через неделю отметили повышение стоимости снова на \$8 (рис. 2). То есть всего лишь за неделю средняя стоимость бестселлера меняется на 25 % относительно крайней стоимости [9]. Каталина Сабева, директор болгарской литературной агенции „Антея“ делает важное заключение: „Медленный, но неуклонный ход стоимости вниз есть бесспорная рыночная тенденция е-книги. Пример – в июне (2013 г. – прим. авт.) средняя стоимость была \$6,77, а в августе она уже \$6,53. Такой тенденции на рынке бумажной книги нет“ [2].

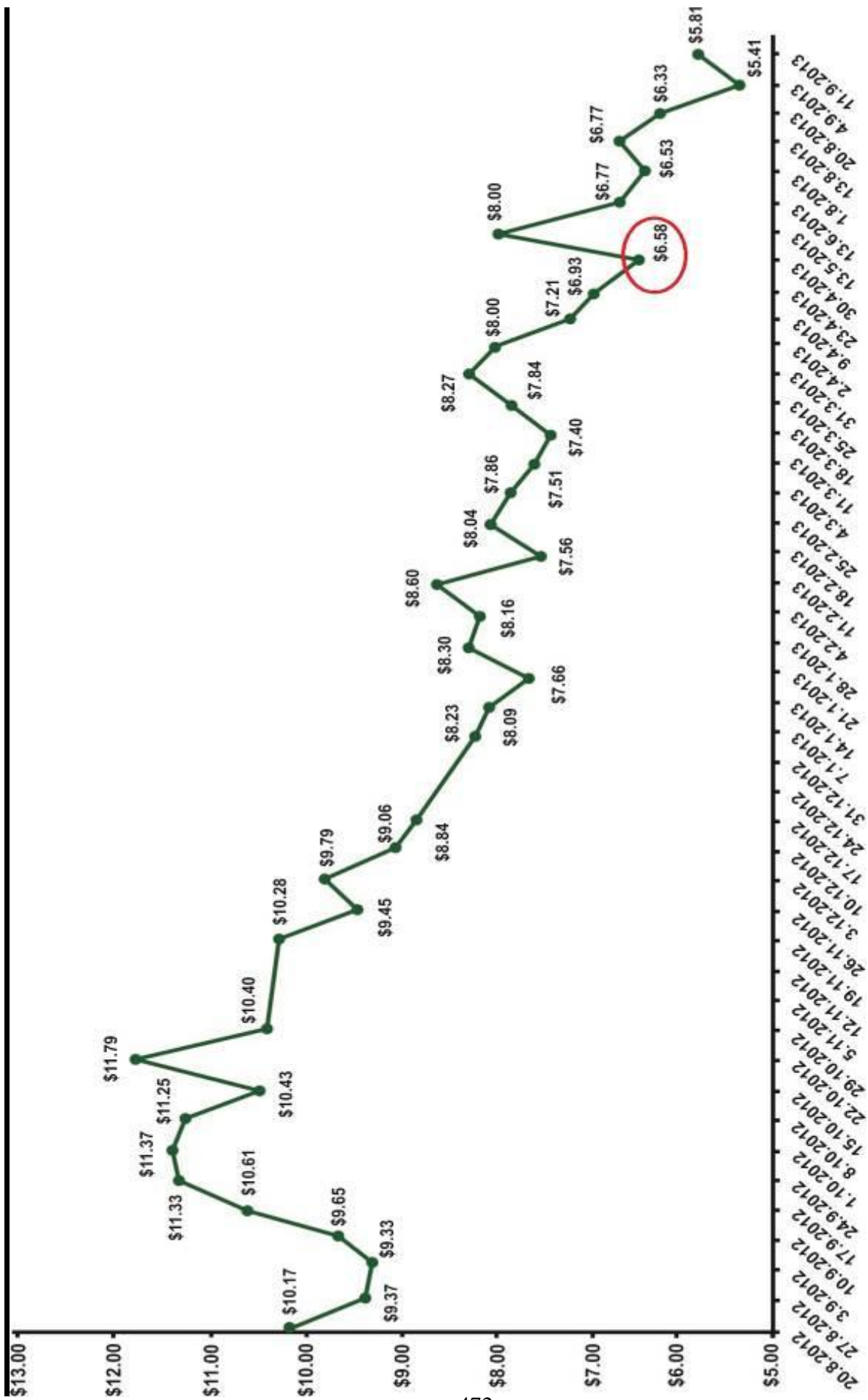


Рис. 2. Первое рекордное снижение средней стоимости е-книг (апрель 2013 года)

2.5. Рост поиска бесплатных дигитальных книг. За тенденциями онлайн интереса к бесплатным книгам можно следить при помощи инструмента Google Trends. Пример: поиск „электронных книг“ на болгарском языке за год – с мая 2012 до мая 2013 г. указывает на активность поиска „бесплатных электронных книг“, его повышение выходит на 250 %.

2.6. Абонаментные дигитальные книги. Конец коммерческой дигитальной книги приходит за счет превращения книги-товара в книгу-услугу, по аналогии с библиотечным обслуживанием, оплачиваемым на месяц и на год. На шаг до бесплатности располагаются нарастающие услуги абонаментного доступа к дигитальным книгам, обслуживающим читателей на принципе стриминг технологии – Oyster, Scribd, Read Petite, Kindle Unlimited Amazon'a. Дефакто читатели платят не за книги, а за чтение удобными и современными мобильными устройствами.

2.7. Бесплатный электронный аналог покупки печатной книги. Симптомом конца платной дигитальной книги являются услуги Amazon Matchbook Amazon'a. Последняя предлагает низкие цены дигитального аналога в сравнении с покупкой печатных книг. *BitLit* предлагает бесплатный электронный аналог имеющейся у читателя книги, высланной с фотографией и с личной подписью. Либо предлагает дешевую цену аналога. „Бесплатность – это просто делать деньги другим способом“, как выясняет нам это один из постулатов доклада „Anarconomy“ Копенгагенского института исследования будущего, 2009 г. „Все, что можно дигитализировать, будет дигитализированным, а цена дигитальных товаров склоняется к нулю“, написано еще в докладе касательно тенденций до 2025 г. Такой же прогноз дает и британский писатель Ивэн Моррисон в своем докладе на международном фестивале книги в Эдинбурге (2011): „рано или поздно е-контент будет бесплатным, хотим мы это или не хотим“ [10].

2.8. Нарушение прав читателя. Читатель – это основной фактор системы книги, у него способность изменять книгоиздание. Существует гипотеза, что там, где имеют ввиду права читателя, там и появляется стимул быстрого развития самого книгоиздания. И наоборот – нарушение прав читателя может привести к провалу некоторых нововведений революционных издательских бизнес-моделей, а также и к провалу нововведений конкретных книгоиздательств. В настоящий момент мы можем зарегистрировать 7 векторов нарушения читательских прав дигитальной книгой: 1) ограничение свободы клиента-читателя; 2) книги срока годности, непрочные и „самоубивающиеся“ книги посредством технологии „цифровой смерти“ (digital death); 3) пропажа файла дигитальной книги (book disappear); 4) шпионаж читательского поведения и незащищенность личной информации; 5) вмешательство в модальность линейного чтения, вставление реклам в дигитальные книги; 6) рост ошибок в дигитальных книгах; 7) зависимости от технического устройства, от электропоставки и пр. Сейчас мы рассмотрим некоторые из перечисленных моментов.

2.9. Дигитальная книга ограничивает свободу читателя. Покупая дигитальной книги Amazon'ом, люди нуждаются в идентификации клиента, в примерной лицензии, которая ограничивает использование книги; формат (файлов) книги скрытый и чтобы читать – нужно иметь софтвер; копировать книги невозможно, невозможно также перепродать или отдать в займ; невозможно ее распечатать и заново получить файлы, если у нас новое устройство или если обнаружим в нем повреждение. У Amazon'a есть возможность дистантно удалить книгу. Дефакто читатель не покупает книги, не имеет книги, он платит только за доступ к книге.

2.10. Дигитальная книга допускает шпионаж читательского поведения, незащищенность личной информации. Электронный чтец собирает информацию о читателе и его привычках. Человек имеет право читать в уединении и быть анонимным. С печатной книгой это возможно – читатель может заплатить наличными за книгу, может ее спрятать, прочитать или не прочитать. Платформы как Amazon и Google могут следить, анализировать и раскрывать информацию о своих потребителях, которые покупают дигитальную книгу.

2.11. Недовольство внедрением реклам в дигитальные книги. Существуют предположения, что конечная цель Amazon в том – сделать все книги бесплатными, но вводить в них рекламы. Это приведет к уничтожению независимости письменности и культуры книги. Весь смысл написания книги изменится. Вместо того, чтобы быть договором между писателем и читателем, книга становится зависимой от спонсоров, за

которыми нужно ухаживать книгами. Конец игры провозглашает: то, что не получает рекламы, не будет опубликовано.

2.12. Рост ошибок в дигитальных книгах тоже серьезный симптом конца коммерческой дигитальной книги. Сюда входит и продажа дефектных, „испорченных“ книг, и рост недовольства читателей – нарастание рекламаций, требования рамбурирования или компенсации за „проблемные“ книги. Не менее важна и проблема неглижирования пагинации дигитальных книг. Читатель – исследователь, аналитик, ученый, юрист и т.н. – нуждается в цитатах и точных координатах, в точной локализации данного цитата, которой нельзя манипулировать и которая остается одной и той же для всех читателей мира. Дигитальные книги для электронных чтецов вытесняют человека на границу хаоса доказательственного материала.

2.13. Экспертный и родительский отпор дигитальным книгам. Можно заметить определенную политику воздержания от дигитальной книги для детей. Исследование грамотности Национальным трестом в Объединенном королевстве с 15 мая 2013 г. впервые установило, что дети больше читают на компьютерах и других электронных устройствах (iPad и Kindle), нежели читать печатные книги, журналы, газеты и комиксы. А это потенциально опасно для их грамотности чтения. Джонатан Дуглас, директор Треста, заявил: „мы озабочены констатацией, что дети, читающие с экрана, не являются ни сильными читателями, ни сильными учениками“. Трест настаивает, чтобы родители обеспечивали своим детям книги в печатной форме, если им важно иметь детей, которые читают со страстью и которые достигают в школе полного своего потенциала. Призывали к внимательному балансированию доступа к книгам, читаемым благодаря технологии, и к воздержанию от дигитальных книг для детей [6].

2.14. Читательский отпор дигитальным книгам. Студенты США требуют печатных учебников, а не электронных чтцов. На протяжении 4 года, результаты 3-х исследований – с 2008, 2010 и 2011 г. – устанавливают одинаковую настроенность – американские студенты относятся к дигитальным книгам без энтузиазма; 75 % от студентов продолжают выбирать печатные учебники [7]. Этой лояльности к бумажным изданиям соответствуют две причины: 1) Некомфортабельность форматов дигитальных книг и экранов чтцов при специфическом студенческом и исследовательском чтении. Большинство чтцов электронного чернила (e-ink) предназначены своим проектированием в основном к чтению художественной литературы, а потребностей студентов вообще не предусматривали. 2) У существующих электронных чтцов несовершенный потребительский интерфейс, сами инструменты делать примечания ограниченные и без удобства, ими невозможно сортировать файлов и папок. 3) Дигитальные книги непригодные для запоминания сложных концепций. Напротив, читатели поделились тем, что они впадают в „моменты электронного забвения“. 4) В любом случае мы категорически не можем себе представить „кучу“ дигитальных книг.

3. Причины конца дигитальной книги как „книги“. Дигитальная книга есть новый *medium* – природно и морфологически новый носитель меди и его нужно очень осторожно оценивать именно в этом его понимании. Дигитальный подход издания содержания не есть перебрасывание содержания, не есть некоторый аналог печатной книги. Предпечатный файл не есть дигитальная книга. Она сама новый род книги, новая парадигма умения писать и читать.

Но есть граница, вне которой дигитальная книга перестает быть книгой. Что значит перешагнуть границу категории „книги“? Мы начнем с медиологической дефиниции книги – форматированный *medium* для восприятия прочных идей и знания [3, с. 69]. Другими словами, осмысление книги как меди бесспорно требует закрыть, фиксировать, закончить, финализировать книгу и принять ее неизменную дуалистическую целостность (форму и содержание). Самая серьезная причина аннулировать дигитальную книгу в качестве „книги“ – это фактор изменчивости, непостоянности содержания. И так, когда именно дигитальная книга перестает быть „книгой“?

3.1. Открытый для манипуляции формат. Дигитальная книга перестает быть „книгой“, когда она рушит свой дефинитивный признак „форматированной среды“ и переходит в „открытый“ тип меди – в некое продолжение издания в электронной форме (согласно статистическому определению болгарского НСИ) [1, с. 4]. Это когда дигитальная книга престаает быть „книгой“ по дефиниции и переходит в „открытый“ для манипуляции формат

– переходит в так названный *continually updated resource* (постоянно обновляющийся ресурс).

3.2. Открытое для манипуляции содержание. Тогда, когда дигитальная книга допускает манипуляцию своим содержанием, мы с основанием можем говорить о конце книги. Пример того как дигитальные гипертекстовые форматы поддаются содержательным изменениям дает нам Умберто Эко своими гипотезами чтения романов „Война и мир“ и „Анна Каренина“: если отдать читателю власть менять сюжет, поучение, аксиому, то закон жизни можно релятивизировать опасным образом [4, с. 279]. Можем дать и другой пример манипуляции содержанием в дигитальной среде – это рекламные клипы болгарского мобильного оператора Vivacom (мобильная кампания вышедшая в свет 23.04.2013 года). Слоган компании таков: „Ты сам создаешь свою сказку“, в нем продемонстрированы своеволия, которые читатель своей властью может свершить, он может изменить классические сказки „Красная шапочка“, „Баба Яга“, „Пиноккио и Поросянок“.

3.3. Поточность, нелинейность дигитальной услуги, стриминг. Рыночные тенденции инновационного книгопечатания указывают на то, что дигитальная книга все больше убегает от дефиниции „книги“. Новые флексибельные продукты все реже соответствуют понятию „электронного издания“ – „документ, изданный в машинночитимой форме, предназначенный для публичного потребления; который включает в себя опубликованные базы данных и прикладной софтвер; можно его записать на бумагу, на магнитные, оптические или другие носители, предназначенные для обработки компьютером или другим подобным устройством.“ (БДС-EN ISO 9707: 2001). Именно тогда, когда книги становятся „эмиссиями“, когда вливаются в персональные компьютеры, подобно новинарскому потоку RSS каналов или лентам Facebook, мы можем говорить о конце книги как документа. Книги „сжижились“ и благодаря абонаментным моделям доступа к дигитальной книге (Oyster, Scribd, Read Petite), обслуживающим читателей при помощи безлимитного содержания стриминг-технологии. Вливание книги в качестве системы в другие медийные системы делает классическую дефиницию книги-артефакта неприменимой.

Заключение

Дигитальные книги постепенно расплавляют характеристики средства „книги“. Совершенно невозможно, чтобы игровые компоненты и визуальные эффекты выполняли функции письменного слова. Если указанные здесь прогнозы окажутся оправданными, то мы можем остаться без „книги“. Возможно мы чаще будем видеть экстравагантное в недавнем нашем понимании антикризисное объявление: „Продаем дигитальные книги в печатном формате“. Поэтому исследования и инвестиционные политики нужно направлять в сторону традиционного издателя печатной продукции – он единственный кто продолжает производить „книги“. Судя по анализам рыночных симптомов и социально-психологических причин для пессимистического будущего коммерческой дигитальной книги, книгоиздатель следует осознать, что его процветание связано только с офлайн средой и что совершенно напрасно ему ожидать прибыли от дигитальных книг. Он должен внедрять инновации не в цифровые издания, а в физические бумажные и печатные произведения.

Литература

1. Книгоиздаване и печат 2011. Национален статистически институт. София, 2012.
2. Събева, Каталина. Безспорна тенденция на пазара на електронни книги е бавният, но сигурен ход на цената надолу [Електронен ресурс]. // Лира, 11.09.2013. – URL: <http://lira.bg/?p=52152> (дата обращения: 21.03.2016)
3. Цветкова, Милена. Книгата като медия. София: Enthusiast, 2012. 600 с. (Tsvetkova, Milena. The Book as Medium. Sofia: Enthusiast, 2012. 600 p.).
4. Эко, Умберто. От Интернета к Гуттенбергу: Текст и гипертекст // Общество и книга: От Гуттенберга до Интернета. Москва, 2000. с. 275–279.
5. Bonfanti, Giovanni. A.T. Kearney – Bookrepublic: Do Readers Dream of Electronic Books? [Электронный ресурс]. // IfBookThen, 23.03.2013. URL: <http://www.ifbookthen.com/category/speakers-mi-2013-2> (дата обращения: 21.03.2016)

6. Children's on-screen reading overtakes reading in print [Электронный ресурс] // National Literacy Trust: Literacy news, 16.05.2013. URL: http://www.literacytrust.org.uk/news/5372_children_s_on-screen_reading_overtakes_reading_in_print (дата обращения: 21.03.2016)
7. Collegiate Research Services is now OnCampus Research! // OnCampus Research, 19.04.2011; College Students Prefer Print Over Digital Textbooks // OnCampus Research, 25.05.2010.
8. Darwin's Library, 19.04.2010 [Электронный ресурс]. URL: <http://darwinslibrary.com/2010/04/evolution-not-extinction> (дата обращения: 21.03.2016)
9. Ebook Best-Seller Prices Tick up After All-Time Lows [Электронный ресурс]. // Digital Book World, 18.09.2013. URL: <http://www.digitalbookworld.com/2013/ebook-best-seller-prices-tick-up-after-all-time-lows> (дата обращения: 21.03.2016)
10. Ewan Morrison. Are books dead, and can authors survive? (Edinburgh international book festival) [Электронный ресурс]. // Guardian, 22.08.2011. URL: <http://www.guardian.co.uk/books/2011/aug/22/are-books-dead-ewan-morrison> (дата обращения: 21.03.2016).

References

1. Knigoizdavane i pechat 2011. Natsionalen statisticheski institut. – Sofiya, 2012.
2. Sabeva, Katalina. Bezsporna tendentsiya na pazara na elektronni knigi e bavniyat, no siguren khod na tsenata nadolu [online] // Lira, 11.09.2013. Available from: <http://lira.bg/?p=52152> (accessed 21.03.2016)
3. Tsvetkova, Milena. The Book as Medium. Sofia: Enthusiast, 2012. 600 p.
4. Eko, Umberto. Ot Interneta k Guttenbergu: Tekst i gipertekst // Obshchestvo i kniga: Ot Gutenberga do Interneta. Moskva, 2000. s. 275–279.
5. Bonfanti, Giovanni. A.T. Kearney – Bookrepublic: Do Readers Dream of Electronic Books? [online] // IfBookThen, 23.03.2013. Available from: <http://www.ifbookthen.com/category/speakers-mi-2013-2> (accessed 21.03.2016)
6. Children's on-screen reading overtakes reading in print [online] // National Literacy Trust: Literacy news, 16.05.2013. Available from: http://www.literacytrust.org.uk/news/5372_children_s_on-screen_reading_overtakes_reading_in_print (accessed 21.03.2016)
7. Collegiate Research Services is now OnCampus Research! // OnCampus Research, 19.04.2011; College Students Prefer Print Over Digital Textbooks // OnCampus Research, 25.05.2010.
8. Darwin's Library [online], 19.04.2010. – Available from: <http://darwinslibrary.com/2010/04/evolution-not-extinction> (accessed 21.03.2016)
9. Ebook Best-Seller Prices Tick up After All-Time Lows [online] // Digital Book World, 18.09.2013. Available from: <http://www.digitalbookworld.com/2013/ebook-best-seller-prices-tick-up-after-all-time-lows> (21.03.2016)
10. Ewan Morrison. Are books dead, and can authors survive? (Edinburgh international book festival) [online] // Guardian, 22.08.2011. Available from: <http://www.guardian.co.uk/books/2011/aug/22/are-books-dead-ewan-morrison> (accessed 21.03.2016)

УДК 002.2:004

Генезис и обреченность дигитальных книг

Милена И. Цветкова

Софийски университет „Св. Климент Охридски“, България
1000 София, ул. Московска №49
Доктор социологии, доцент
E-mail: milenaic@uni-sofia.bg

Аннотация. Исследование защищает тезис, что дигитальные книги производят редукцию характеристик коммуникационного средства „книги“ и превращают себя

в „не-книги“. Здесь прослежены два аспекта: первый, это обреченность провала коммерческой (платной) цифровой книги; второй относится к концу цифровой книги как категории „книги“. Симптомы неуспеха коммерческой цифровой книги проявляют себя в снижении рыночного прироста е-книги, в изменении определения книги от товара в услугу, в ее бесплатности, в родительском и читательском отпоре. Ключевые факторы этого отпора мы видим в компрометировании познания и учебы и в нарушении читательского права. Можно указать и на причину провала цифровой книги как категории „книги“ – фактор манипулируемости и содержанием, и форматами. Вывод таков: инвестиционные политики нужно направлять к изданию печатных книг, а дизайнерские инновации нужно ориентировать на физические издания и выложить их на бумагу и в печать.

Ключевые слова: цифровая книга, электронная книга, издательское дело, электронное издательство, будущее книг.